



文/片 记者 程凌润

## 传统旅游旺季到来 景区再现人山人海

继史上“最火”五一假期和端午假期后，传统的旅游旺季暑假或将延续“五一”的火热态势，各大热门景区再现人山人海的场景。进入7月，旅游市场正式开启“下半场”。随着学生暑期放假，亲子游、研学游等直接带动旅游市场热度攀升。此外，炎热的天气也让不少人把避暑游提上日程。根据携程、同程、途牛、驴妈妈、飞猪、去哪儿和春秋等旅游企业相关数据，6月23日后，暑期的机票、火车票预订量进入快速增长期，2023年暑期市场热度有望全面超过2019年同期，或将达到全年国内游市场出游顶峰。

“暑假出游高峰来啦！”7月5日，山东新中国国际旅行社董事长油利军在飞机场体验别样的“拥堵”，他说，“大家出行一定要提前到机场，建议提前两个小时，托运行李、安检都要排队至少50分钟。”

出游高峰带来的是景区的人山人海。“北京的高温能制服每一个嘴硬的人！”7月7日，“摄影师-初见”在社交平台上分享了故宫博物院检票口排长队的场景，“真的，人超多！需要排队半小时‘进宫’，大家尽量避免上午10点前‘进宫’。”除了故宫博物院，中国国家博物馆、颐和园、天坛等热门景点的预约门票也异常火爆，出现“抢票难”的问题，甚至有黄牛盯上了“门票预约”这个生意。

位于甘肃敦煌的鸣沙山月牙泉景区也很火爆。随着暑期客流高峰的到来，该景区再现“堵骆驼”的壮观景象，有游客感慨“堵骆驼”再现了古代丝绸之路的盛况。针对“堵骆驼”的情况，鸣沙山月牙泉景区专门在步道和驼道交叉点设置了专属红绿灯，“红骆驼停，绿骆驼行！”该创意交通信号灯也在网络上走红。

## 长线旅游订单暴涨 亲子家庭是主力军

为了迎接暑假旅游旺季，济南各大旅行社都提前备战。“中高考之后，暑假旅游提前开场了。”山东国信国际旅行社经理李圣娥说，今年的暑假旅游较往年来得早，他们也提前推出了相关的暑期旅游产品。“新疆、云南，甘青连线都很火，山东的海边也挺火！”李圣娥说，从目的地角度分析，今年暑期旅游的热门目的地排名前五的为新疆、甘青连线、贵州、内蒙古、东北，“现在已经超过2019年同期水平。”

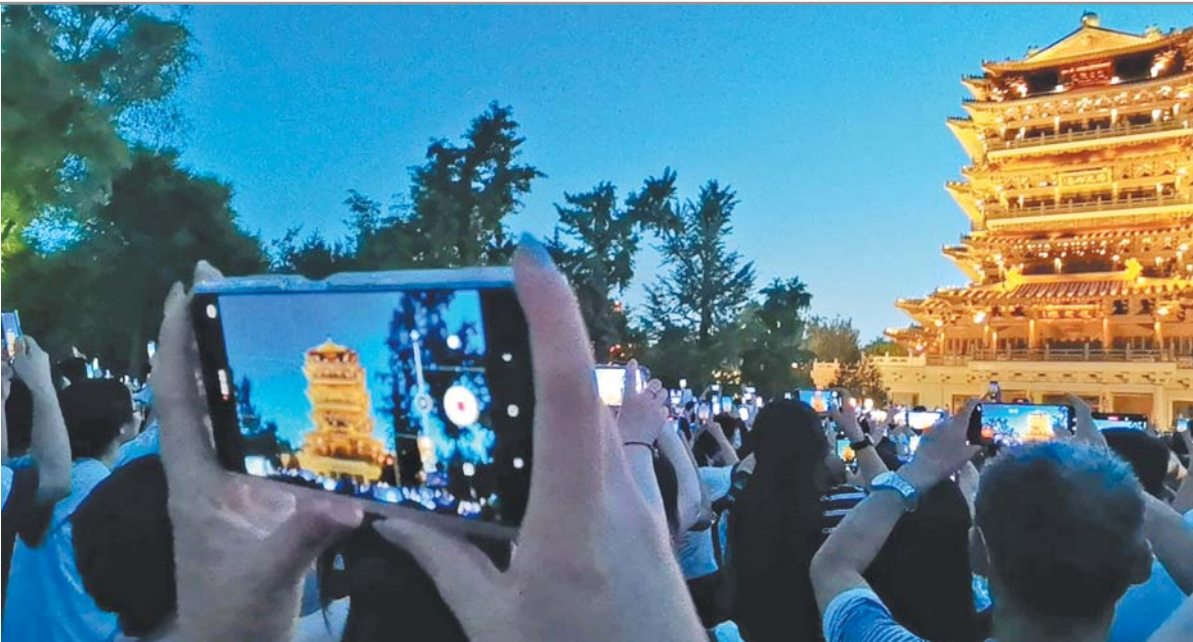
全景陕西六日游，驰骋草原四日游，长白山避暑五日游，长江三峡六日游……6月份以来，山东嘉华旅行社接连推出暑期旅游“自组团”；山东新中国国际旅行社则推出本色青甘、梦幻察尔汗、梦中驼铃等独具特色的西北游产品。

不只是济南，其他各地也在积极备战暑期旅游高峰和下半年旅游市场。据不完全统计，已有湖北、河南、湖南、广东、四川成都、

北京故宫博物院一票难求、西安大唐不夜城人潮涌动、独库公路涌入大量私家车、鸣沙山月牙泉景区再现“堵骆驼”、青岛各大浴场“下饺子”……作为疫情三年来第一个完全放开的暑假，国内旅游市场火热“开场”，全国多地的机场和火车站出现人流“井喷”，旅游消费订单也出现成倍增长。在旅游市场强势复苏的背景下，苦撑三年的旅行社能否打赢“翻身仗”？

# 暑期游热度飙升，旅行社能否打赢翻身仗

业内人士称，行业需深度转型升级，真正恢复元气还需要时间



大明湖超然楼火爆出圈后，全国各地游客前来打卡。

山东烟台、辽宁大连等地宣布从6、7月开始发放文旅消费券，最长持续7个月。“亲子家庭和学生是暑期旅游市场最大的游客群体。旅游经营者需注重旅游产品差异化、服务精细化、主题多元化等特点，持续推进避暑游、文博游、研学游、主题乐园游等旅游业态。”河南大学文化产业与旅游管理学院教授陈楠说。

近日，携程、马蜂窝、去哪儿、同程等多家OTA平台都发布了暑期旅游出行前瞻，亲子游、毕业游、避暑游等出游主题需求旺盛，年轻人和亲子家庭成为旅游市场最大的游客群体。“学龄前儿童和中小学生家庭客群出行及出游需求旺盛，成为带动暑期旅游热的重要‘引擎’。”同程研究院首席研究员程超功表示，今年暑期旅游旺季的超预期表现与亲子家庭旅游消费的快速回归密不可分。

“下半年有长达两个月的旅游暑期档，再叠加国庆、中秋假期，都将对旅游市场形成利好。随着旅游活动的频率、深度不断增加，个性化

旅游需求将加速释放，有望带动下半年旅游人次和收入齐升。”中国社科院旅游研究中心特约研究员、新时代文化旅游研究院院长吴若山表示。

## 人手紧缺劝退游客 旅行社迎来新挑战

由于出行需求旺盛，今年暑期的机票价格“水涨船高”。

同程旅行数据显示，暑期国内机票均价将保持高位，尤其在8月中、下旬将达到阶段高位。数据显示，2023年暑期国内机票均价较2022年同期上涨约32%，较2019年同期上涨约5%。

与火爆的国内游相比，中国游客对出境游的态度依旧保守，出境目的地也是冷热不均。途牛旅游网数据显示，暑期选择出境的用户仅为20%，以东南亚为主的海滨海岛成为出境游用户的热门选择。

“现在报团的话，要提前一个星期预订才行！”李圣娥说，由于要处理旅

游团的各种事宜，她每天要接几十个电话，“现在的旅行团以‘小团’为主，我从春节以后基本上没有休过假。”

“要是游客想去北京故宫博物院之类的热门景点，我们都会劝退游客。”李圣娥说，由于他们旅行社现在人手紧缺，而且热门景点门票预约难以及交通、住宿成本提高等问题，他们只能“在能力范围之内接团”。

“疫情三年，导游人才流失严重，刚毕业的学生又不想从事这个行业，从而导致旅行社的人员出现了‘青黄不接’的情况。”山东国信国际旅行社董事长张晓国说，虽然整体的旅游市场得到了快速恢复，但是旅行社要真正恢复元气还需要一段时间。

“不仅要推出私人定制等个性化旅游产品，而且要提供门票预约等精细化服务。”山东大学经济学院教授，山东大学文化和旅游研究中心主任王晨光称，经历了三年疫情，旅游行业已经强势复苏，而旅行社仍要进行深度转型升级，从而适应旅游市场从传统旅游向休闲旅游发展的新变化。

### ■延伸阅读

## 一天1500元难招人，旅游市场火爆“一导难求”

### 工资涨两倍还缺人

随着暑期旅游旺季来临，北京、云南等地的热度持续上升，热门景点人气火爆，旅行社接单量大增。有导游表示，“现在接团量比以前增加大概30%，薪水也涨了。导游以前是一天500元，现在一天1500元也不好找。”

“最近北京地接导游特别不好找，来北京旅游的人太多了，一共就那么多旅游资源，抢都抢不来。每天都有电话打来说我们有好几十人的团接不接，但是我们现在因为没有导游，根本接不了。”北京一家旅行社的工作人员坦言。

北京旅游行业协会导游分会秘书长李健表示，仍在导游岗位的人数有所减少，此前很多持有导游证的导游已经转型、离开旅游行业，这是导致北京旅游“一导难求”的原因之一。导游职业的持续细分也是一个原因。李健介绍，精讲和专项讲解导游是目前非常受欢迎的细分方向之一。精讲和专项讲解往往集中于博物馆等某一垂直领域，工作地点和时间相对固定，相比常规的带团，工作环境和内容相对轻松。一名资深导游表示，“很多导游舍弃了常规旅游团和低价团的接待，因此很多旅行社出高价也找不到接手的导游。”

随着旅游业逐渐恢复，增长迅速的旅游需求也让导游变得“供不应求”。在招聘平台和社交媒体上，导游相关的招聘信息随处可见，一些旅行社也开出了万元薪资。

### 确保从业人员安全

当下薪资飙涨打破了原本的导游市场默认的收费规则，容易造成导游市场“德不配位”的现象。同时，在大量团单压力下，导游们的健康问题也难以保障。此前，北京市一名导游在35℃高温下带团游览近两小时，最终因热射病去世。“现在大多数导游都在北京高温环境中进行超身体负荷的高强度工作，没办法得到充分休息。”据了解，部分导游甚至连续一周七天都在带团工作。

北京市法学会旅游法学研究会副会长李广认为，导游带团期间，是游客的服务员，作为旅行社委派的劳动者，为游客提供服务是导游的责任和使命，而作为劳动者，应依法享有职业尊严和劳动保障。

带领旅游团队，绝不是导游员一个人在战斗：旅行社的后台保障、景区景点的协同支持、团队游客的理解配合，都会成为导游员酷暑中

的清凉、严寒中的温暖。旅行社要对导游的身体状况和工作环境多一点关心，如给高温天气带团的导游配发防暑降温用品；景区景点为每天工作在其中的导游提供一点关爱，如在景区内设置导游休息站，为导游提供一片阴凉；团队客人对导游员的身体状况多一点关注，哪怕是多留意一下导游的精神状况。这样做或许悲剧就不会发生。

### 增加供给，补齐人才短板

过去3年，旅游行业的低迷让众多导游经历了沉寂、转行。文旅部数据显示，2019-2022年，全国旅行社从业人员由约41.6万人逐年缩减至24.3万人，签订劳动合同的导游人数由超12万人降至约8.2万人。

面对报复性的团队游需求，市场流通的导游已经供不应求。但因人才培养工作周期长，花费成本高，收入无法保障等因素，导游人才短板尚不能快速补齐。

此外，导游群体一直面临缺乏“归属感”的尴尬，权益保障不到位却往往处在舆论的风口浪尖。完善导游薪资待遇和社会保障，增加导游行业收入的稳定性，只有从根本上加快补齐导游人才短板，才能将一系列利好政策和市场需求转化为生产力，推动旅游业高质量发展。 据工人日报